

**A REPERCUSSÃO DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA NAS RELAÇÕES DA
EMPRESA COM O CONSUMIDOR E COM O MEIO AMBIENTE**

**THE REPERCUSSION OF COMPANIES'S SOCIAL FUNCTION ON COSTUMER
AND ENVIRONMENT RELATIONS**

Claudia Vechi Torres¹

Maria dos Remédios Fontes Silva²

SUMÁRIO: 1 Introdução - 2 Função social da empresa - 3 Repercussão da função social da empresa - 3.1 Nas relações consumeristas - 3.2 Nas relações ambientais - 4 Conclusão - Referências

RESUMO: Para o direito, a empresa é pessoa jurídica capaz de contrair direitos e obrigações em todas as áreas, como a contratual, trabalhista, consumerista, dentre outras. A empresa é um importante ator social, pois está inserida num contexto social e precisa exercer sua atividade de forma a não prejudicar a sociedade, mas interagindo positivamente com a coletividade. O objetivo deste trabalho é analisar, num primeiro plano, o significado da função social da empresa e sua relação com a função social da propriedade, além de diferenciá-la da filantropia empresarial e da chamada responsabilidade social da empresa; para em seguida questionar e refletir a respeito da repercussão da função social da empresa em duas esferas distintas: frente ao direito do consumidor, em relação ao produto e serviço que a empresa dispõe no mercado, bem como a preocupação organizacional em adotar uma conduta mais ética nas suas atividades; e em face ao direito ambiental, com enfoque na preservação, utilização racional e ecologicamente correta dos recursos escassos bióticos e abióticos. Para tanto foi realizada uma pesquisa exploratória e descritiva, bem como utilizado os métodos exegético-jurídico, analítico-sintético e o histórico.

Palavras-chave: Função social; Empresa; Consumidor; Meio Ambiente.

ABSTRACT: To the Law, a company is the juridical person capable of contracting rights and obligations in all areas, such as contractual, work relations, consumer relations,

¹ Advogada, Professora Substituta da UERN e UFRN, graduada em Direito pelo UniCeub, especialista em Desenvolvimento Sustentável e Direito Ambiental pela UnB, mestranda em Direito Constitucional pela UFRN.

² Doutora em Direitos humanos pela Université Catholique de LYON – França. Pós-Doutorado pela Université Lumière LYON II – France. Coordenadora da Base de Pesquisa em Direito Estado e Sociedade, Professora Associada IV do Programa de Pós-graduação em Direito da UFRN.

amongst others. The company is an important social actor, for it is inserted in a social context, and must exert its activity in a way that doesn't harm society, but interacts positively with collectivity. The purpose of this work is to analyze, on a first sight, the meaning of the company's social function and its relation to the property's social function, besides differentiating it from business philanthropy and the so called company's social responsibility; so that it may then question and reflect on the repercussion of the company's social function in two different spheres: before costumers rights, on the products and services the company places on the market, as well as the organizational preoccupation in adopting a more ethical conduct in its activities; and before environmental rights, focusing on preservation, rational and environmentally correct utilization of the sparse biotic and abiotic resources. For that purpose, an exploratory and descriptive research was made, utilizing the juridical-exegetic, synthetic-analytical and historical methods.

Key words: Social function; Company; Consumer; Environment.

1 INTRODUÇÃO

As empresas são as grandes impulsionadoras da economia de um país, reguladas pelo ordenamento jurídico pátrio de cunho privado, atuando nas mais diversas áreas, interagindo diariamente com a sociedade e com o Estado, oportunizando trabalho, recolhendo tributos, oferecendo produtos e serviços, se relacionando com o Poder Público, com os trabalhadores, credores, consumidores e com o meio ambiente.

Mas, nem sempre a economia foi impulsionada pelas empresas, por sua vez reguladas pelo direito empresarial ou comercial. A história da humanidade aponta quatro fases do direito em relação à organização dos meios e processos de produção. Na primeira fase, chamada de Primitiva, encontra-se inicialmente a figura do escambo de produtos excedentes, porém com o surgimento da moeda, a troca transformou-se em compra e venda, iniciando a economia de mercado. Já na segunda fase, chamada de Corporativa, a partir do final da Idade Média, ocorre grandes transformações e aumento do comércio, principalmente com o agrupamento das atividades comerciais. Os mercadores e artesãos passam a se organizar em corporações, criando normas que estruturaram o direito comercial.

No século XIX surge a terceira fase, chamada de Mercantil, na qual o direito comercial adota a teoria dos atos de comércio, centrada nos atos de comprar e vender com

lucro, independente da qualidade da pessoa (comerciante ou não). Já a última fase, a da Empresa, inaugurada no século XX, está centrada na pessoa do empresário e da sociedade empresária.

No Brasil esta última fase ocorreu com a unificação do direito comercial com o direito civil a partir do Código Civil de 2002, quando a empresa passou a ser identificada como a atividade econômica desenvolvida pelo indivíduo chamado de empresário, ou pela sociedade empresária, de pessoas ou de capitais, cuja finalidade é a organização dos fatores de produção (mão-de-obra, matéria-prima, capital e tecnologia) para produzir e/ou fazer circular bens e/ou serviços que satisfaçam as necessidades do mercado, com a perspectiva de lucro, que propicie a remuneração do capital investido.

No século XXI, a empresa se encontra envolvida num novo mundo organizacional, caracterizado pelos avanços tecnológicos, pela preocupação com o meio ambiente, pela defesa dos consumidores e proteção e melhoria de condições de trabalho dos empregados, bem como pela concorrência maciça e muitas vezes desleal entre as próprias empresas, expansão dos mercados e busca da lucratividade em qualquer espaço territorial, dentre outros.

Importante frisar que o antigo comerciante explorava a atividade econômica sem qualquer consciência social, sem preocupação com o meio ambiente, buscando o lucro sem se preocupar com o social, destacando-se o espírito individualista. Hoje, ao contrário, a empresa exerce sua atividade econômica organizada, voltada para a produção e circulação de bens ou serviços para o mercado, com intuito lucrativo, mas balizada pelos princípios sociais.

A empresa está inserida num contexto social e, apesar de ser regida por normas de direito privado, não pode exercer sua atividade prejudicando a sociedade, mas precisa considerar o interesse público, interagindo positivamente com a coletividade. A empresa é um importante agente social, cada dia mais consciente de seu poder e dever em relação à sociedade, ou seja, de seus limites sociais e econômicos.

É neste contexto que se analisa o significado da função social da empresa e sua relação com a função social da propriedade, diferenciando-a da pura filantropia e da responsabilidade social; bem como a sua repercussão nas relações da empresa com os

consumidores, que são exigentes em relação à qualidade, informação e preço do produto; e com o meio ambiente, tanto o natural quanto o artificial, cultural e do trabalho.

Para a consecução do objetivo será efetuada numa pesquisa exploratória e descritiva de livros, artigos científicos, jurisprudências, monografias e periódicos especializados, com o intuito de investigar a doutrina publicada sobre o tema, bem como será utilizado o método histórico, para traçar um referencial histórico-evolutivo; o analítico-sintético; e o método exegético-jurídico para interpretação dos textos legais.

2 FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

Para melhor entender o significado da expressão função social da empresa, faz-se necessário a investigação da etimologia de cada palavra. O substantivo função, “do latim *functio*, de *fungi* (exercer, desempenhar)”, significa dever de agir, o exercício de uma tarefa (SILVA, 2007, p. 641). O adjetivo social, relativo à sociedade, palavra que procede “do latim *societas* (associação, reunião, comunidade de interesses)”, significa o que é de interesse da reunião de pessoas (SILVA, 2007, p. 1311). E o substantivo empresa, “do latim *prehensus*, de *prehendere* (empreender, praticar), possui o sentido de *empreendimento* ou *cometimento* intentado para realização de um objetivo” (SILVA, 2007, p. 522).

No campo jurídico a palavra função deve ser entendida como poder-dever daquele que exerce a atividade, qual seja, “um conjunto de incumbências, direito e deveres, que gravam a atividade a que estão atrelados” (FERREIRA, 2013), como o exercício das atribuições inerentes do proprietário ou possuidor sobre a sua propriedade ou posse, dos contratantes sobre o contrato, do empresário ou da sociedade empresária sobre a empresa.

E esse poder-dever não deve ser apenas visto sob o “sentido negativo, de respeito a certos limites estabelecidos em lei para o exercício da atividade”, mas também precisa ser visto na “acepção positiva, de algo que deve ser feito” (COMPARATO, 1996, p. 41).

A expressão função social denota a “idéia de um poder que não se exerce exclusivamente no interesse próprio, mas também em relação à coletividade” (CAVALLAZZI FILHO, 2006, p. 103), uma vez que os efeitos de uma atividade, de uma tarefa, alcançam a coletividade de forma difusa, qual seja a sociedade.

A função social é um princípio jurídico, que se irradia no ordenamento jurídico pátrio, devendo ser entendida como o “conjunto de todos os efeitos que um instituto jurídico exerce sobre a sociedade, com a finalidade de atender aos seus interesses” (CAVALLAZZI FILHO, 2006, p. 104).

A doutrina majoritária ensina que o princípio da função social da empresa resulta do princípio da função social da propriedade privada, por ser a empresa proprietária dos bens de produção, mas estes institutos são diversos e autônomos.

Para chegarmos a atual compreensão da função social da empresa no ordenamento jurídico brasileiro em vigor, faz-se necessário entender as transformações ocorridas no plano econômico mundial e em nosso país, bem como as mudanças ocorridas em nossa constituição e leis infraconstitucionais em relação a esses dois princípios.

O Direito procura acompanhar as transformações da humanidade, galgando paulatinamente degraus em busca da justiça e da pacificação social, como a conquista e declaração de direitos e garantias fundamentais de liberdade, de igualdade e de solidariedade. É com esta última dimensão de direitos fundamentais, marcada pela preocupação mundial com a proteção do meio ambiente, do consumidor, dentre outros, que surge na sociedade a tendência do interesse público limitar o interesse privado, evitando que o indivíduo prejudique o coletivo.

Entre 1770 e 1870, a economia, que é a ciência que estuda a produção, distribuição e consumo de bens e serviços, adota a escola de pensamento clássica, representada por Adam Smith, Thomas Malthus, David Ricardo e John Stuart Mill, que enfatiza que a economia ideal seria aquela com a mínima intervenção do Estado (somente para equilibrar a oferta e a demanda), pois o mercado com livre concorrência é competitivo e se auto-regula atendendo todas as necessidades da sociedade (ROSSETTI, 2007, p. 46-47).

É neste panorama que é outorgada a primeira Constituição Brasileira, de 1824, marcada por uma forma de governo monárquico, hereditária, com forte centralização administrativa e política, com influência liberal e importante rol de direitos e garantias inspirados nas revoluções americanas de 1776 e francesa de 1789. Houve a abolição das corporações de ofício, havendo liberdade do exercício de profissões, apesar da manutenção da escravidão.

Em 1850 surge o Código Comercial, influenciado pelo Código Comercial Francês de 1807, que adota a teoria de atos de comércio, mas não define quem seria comerciante e quais seriam os atos de comércio, nem tão pouco inclui as atividades ligadas a prestação de serviços. Apenas definia quem podia comerciar, as suas obrigações e prerrogativas. Este critério objetivo que centralizava o direito comercial nos atos de comércio era criticado na Europa, que via no critério subjetivo a possibilidade de assimilar a empresa (MAMEDE, Atlas, 2010).

Entre 1870 e 1910 forma-se a escola de pensamento chamada de economia neoclássica, destacando-se Carl Menger, Alfred Marshall e Vilfredo Pareto, que se preocupa com o trinômio: riqueza, pobreza e bem-estar. Verifica-se que as necessidades do homem são inúmeras e os recursos são escassos, e que o progresso técnico contribui para o aumento de produtividade do trabalho (ROSSETTI, 2007, p. 47-48). Acredita-se que o aumento da oferta de trabalho eleva o nível de emprego (quase todos estariam empregados) e o salário real, o que acarreta na diminuição de preços e equilíbrio do mercado. Neste cenário é promulgada a Constituição de 1891, que consagrou o sistema de governo presidencialista, a forma de estado federativo e forma de governo republicano.

Em 1916 o Código Civil Brasileiro, inspirado no Código Civil Francês de 1803, teve seu sustentáculo na família matrimonizada, hierarquizada, patriarcal e transpessoal; na propriedade privada caracterizada pelo poder absoluto do seu proprietário, qual seja no poder de usar, gozar, dispor e reaver a coisa, com raras restrições (CAVALLAZZI FILHO, 2006, p. 32-35); e na autonomia da vontade de contratar. Isto demonstra a presença marcante da influência do direito natural, de cunho individualista e patrimonial, sem grande preocupação com o coletivo.

A Constituição Federal promulgada em 1934 reflete os movimentos sociais da época, como o dos trabalhadores (que tem tratamento específico), com influência da constituição alemã de 1919, prevendo o mandado de segurança e a ação popular. O direito de propriedade passa a encontrar limites, com o intuito de que o individual não sobrepuja os interesses sociais e públicos. Havia a possibilidade de desapropriação por interesse público, além das desapropriações convencionais em caso de guerra ou comoção interna, mediante prévia indenização (ZANOTI, 2013, p.101).

Entretanto, a Constituição Federal outorgada de 1937, da era Vargas, manteve-se silenciosa com relação à função social da propriedade esculpida na constituição de 1934. Essa constituição influenciada por idéias autoritárias e fascistas foi um retrocesso no plano social, não houve previsão do mandado de segurança e da ação popular, mas houve avanço na área trabalhista, como a instituição do sindicato.

A Carta Magna promulgada em 1946 redemocratizou o país, restabelecendo o mandado de segurança e a ação popular, reconhecendo o direito a greve, a participação dos trabalhadores nos lucros da empresa, mantendo a possibilidade de desapropriação por necessidade ou utilidade pública, e acrescentou a hipótese de fazê-la em benefício do bem-estar social (ZANOTI, 2013, p.101).

Na Constituição de 1967 e na Emenda Constitucional nº 1/69 a desapropriação poderia ocorrer também no caso de perigo público iminente, o Estado tinha maior poder de intervenção na empresa privada e havia previsão do princípio da função social da propriedade, que era considerado fator de promoção do desenvolvimento nacional e da justiça social. Houve manutenção dos direitos dos trabalhadores.

A Constituição Federal promulgada de 1988 recebeu forte influência da constituição portuguesa de 1976, valorizou a pessoa humana e a questão social, assegurou no artigo 5º amplo rol de direitos e garantias fundamentais, e nos artigos 6º a 11 os direitos sociais, e expressamente reconheceu o Princípio da Função Social da Propriedade no inciso XXIII, bem como diminuiu o poder de intervenção estatal na empresa privada, adotando uma visão neoliberal na economia.

No mesmo compasso de pensamento, marcado pela preocupação com a garantia dos direitos sociais, foi elaborado o Código Civil de 2002 norteado por três princípios: socialidade, eticidade e operabilidade (FERREIRA, 2013); modificando o paradigma individualista e patrimonialista do Código Civil de 1916. O sentido social é o mais marcante nesse código, sendo facilmente verificada a prevalência dos valores coletivos sobre os individuais, como ocorre no livro destinado à empresa, onde o exercício da atividade empresarial não deve transpor os interesses sociais em busca do lucro.

A Constituição Federal de 1988 não dispôs de tratamento jurídico específico sobre a empresa privada, mas em conjunto com o Código Civil de 2002 mudou a feição jurídica das empresas, transformando-as de entidades comerciais amparadas na teoria de atos de

comércio, em entidades empresariais amparadas pela teoria da empresa e com compromissos sociais, sem prejuízo do direito de aferir e distribuir lucros para os seus cotistas ou acionistas.

Encontramos a expressão função social em seis artigos da Constituição Federal de 1988: art. 5º, inciso XXIII, art. 170, inciso III (ordem econômica), art. 173, §1º, inciso I (empresa pública), art. 182 (política urbana) e seu §2º (propriedade urbana), art. 184 e 186 (propriedade rural). Já no Código Civil de 2002 encontramos essa expressão em dois artigos: art. 421 (contratos) e art. 2.035 (propriedade e contratos).

Com relação à função social da propriedade, a Constituição Federal de 1988 garante o direito subjetivo do proprietário sobre o imóvel: direito de usar, gozar e dispor e reaver; contudo, o submete aos ditames da justiça social, limitando a livre iniciativa, condicionando-o a encargos, restrições e estímulos próprios para a satisfação das necessidades comuns da sociedade.

A função social da propriedade “não se confunde com os sistemas de limitação da propriedade. Estes dizem respeito ao exercício do direito do proprietário; aquele, à estrutura do direito mesmo, à propriedade” (SILVA, 2012, p. 281-282). É a utilização produtiva dos bens de produção, que propiciam o crescimento econômico e a produção de riquezas em prol de um bem estar coletivo.

O proprietário tem direito à propriedade, que compreende o dever de empregar a propriedade na produção de uma riqueza social, para poder desfrutar da tutela estatal que protege a sua propriedade, não havendo mais direito absoluto, soberano, sobre a propriedade, mas sim um dever de dar uma função social à propriedade, qual seja um direito relativo. A função social da propriedade é um direito social fundamental do cidadão, de aplicação imediata (ZANOTI, 2013, p.103).

A função social da propriedade é um dos princípios constitucionais inseridos no contexto da Ordem Econômica, que se aplica à atividade empresarial, pois a empresa é proprietária dos bens de produção, estando subordinada a esse princípio. Há correlação entre propriedade privada e empresa, visto que esta última “tem em sua formação o ingresso de capitais originalmente pertencentes a proprietários privados, permitindo que o lucro obtido com sua atividade reverta em prol daquelas pessoas (naturais ou jurídicas) que detêm o seu controle” (CAVALAZZI FILHO, 2006, p. 117).

Eros Grau citado por José Afonso da Silva (2012, p. 814) afirma que

o princípio da função social da propriedade, para logo se vê, ganha substancialidade precisamente quando aplicado à propriedade dos bens de produção, ou seja, na disciplina jurídica da propriedade de tais bens, implementada sob compromisso com a sua destinação. A propriedade sobre a qual em maior intensidade refletem os efeitos do princípio é justamente a propriedade, *dinâmica*, dos bens de produção.

Ora, a empresa se encontra inserida num ambiente social, deste depende para justificar a sua existência e com ele efetivamente contribui, principalmente no que tange ao fundamento constitucional da dignidade da pessoa humana, valor supremo que atua na esfera privada assegurando existência digna e desenvolvimento da pessoa, a realização da justiça social, a educação e o exercício da cidadania (SILVA, 2012, p. 105).

Com relação à empresa, o Código Civil de 2002 apresenta três conceitos essenciais: a empresa, o empresário e o estabelecimento. A empresa se exerce, pois é “toda atividade econômica, negocial, que se apresenta sob a forma de uma organização voltada para a produção ou circulação de bens e serviços” (MAMEDE, 2010, p.30).

O empresário se é, visto ser aquele que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços de acordo com o Art. 966 do Código Civil de 2002; e o estabelecimento se tem, pois é definido como todo complexo organizado de bens, estruturado para o exercício da empresa, por empresário ou por sociedade empresária na definição do Art. 1.142 do mesmo diploma legal.

Não há menção expressa à função social da empresa no Código Civil de 2002, mas antes dele, a Lei nº 6.404/76, que disciplina as sociedades anônimas, já menciona no artigo 116, parágrafo único e no artigo 154 o dever da companhia de realizar o seu objeto e satisfazer as exigências do bem público e cumprir sua função social. Esta é a primeira positivação do princípio da função social da empresa no nosso ordenamento jurídico.

Recentemente, a Lei nº 11.101/2005, que regula a recuperação e falência do empresário e da sociedade empresária, expressamente previu o princípio da função social da empresa ao dispor no art. 47 que na recuperação judicial promover-se-á a preservação da empresa, sua função social e o estímulo à atividade econômica. Admite-se que a empresa possui dimensões privadas, regidas por um regime jurídico privado, que não excluem o interesse da comunidade sobre a sua atividade econômica.

Sabe-se que uma empresa assume riscos provenientes de sua atividade econômica, desvantagens; mas também persegue o lucro, sua vantagem; e esse processo é constantemente abalado por alterações internas e externas à empresa, a chamada crise. A lei de falência deixa claro que para viabilizar a superação da crise vivenciada pela empresa, o foco será a preservação da empresa, o estímulo a continuidade de sua atividade e a promoção da sua função social (MAMEDE, 2010, p. 160-163).

A finalidade do instituto de recuperação da empresa é manter a própria empresa como fonte produtora, visto que a sociedade se beneficia de sua atividade; bem como manter o emprego dos trabalhadores e atender os interesses dos credores.

Mas o que é função social da empresa? É um conjunto de padrões éticos que incidem na atividade empresarial, bem como afetam a livre iniciativa e a liberdade de contratar, assegurando que sejam atendidos os interesses da sociedade, que direta ou indiretamente se beneficiam dos bens e/ou serviços produzidos.

A função social da empresa “assegura a função social dos bens de produção, o poder-dever do proprietário de dar uma destinação compatível com o interesse comum da sociedade” (PESSOA, 2013).

Gladston Mamede (2010, p.54) afirma que a função social da empresa “traduz a necessidade de considerar, sempre, o interesse da sociedade como um todo, organizada em Estado, tem sobre a atividade econômica organizada, ainda que se trate de atividade privada, regida por um regime jurídico privado”.

Entretanto, a função social não é uma disposição limitativa do exercício da atividade empresarial, na verdade ela protege a empresa contra a “verocidade patrimonialista do mercado. Nesse contexto, a função social da empresa deve ser entendida como o respeito aos direitos e interesses dos que se situam em torno das empresas” (PESSOA, 2013).

A empresa não pode desvalorizar a pessoa humana na sua busca do lucro. Assim, ela precisa respeitar o bem-estar dos empregados e da comunidade onde está inserida, bem como buscar a melhoria da qualidade de seus bens e/ou serviços, preservando o meio ambiente para as atuais e futuras gerações, agindo com lealdade perante os seus fornecedores e o Estado.

A função social é alcançada quando a empresa

observa a solidariedade (CF/88, art. 3º, inc. I), promove a justiça social (CF/88, art. 170, *caput*), livre iniciativa (CF/88, art. 170, *caput e* art. 1º, inc. IV), busca de pleno emprego (CF/88, art. 170, inc. VIII), redução das desigualdades sociais (CF/88, art. 170, inc. VII), valor social do trabalho (CF/88, art. 1º, inc. IV), dignidade da pessoa humana (CF/88, art. 1º, inc. III), observa os valores ambientais (CDC, art. 51, inc. XIV), dentre outros princípios constitucionais e infraconstitucionais. (PEREIRA, 2013)

Ora, a sociedade precisa da empresa, tanto quanto a empresa precisa da sociedade para existir. A empresa é dinâmica, transforma a sociedade, abrange bens e pessoas, participa da realidade social, recebe influências positivas e negativas do meio social onde está inserida. Mas, se a atividade empresarial for contrária ao interesse social, como punir aquele que descumpre o princípio da função social da empresa?

Na há previsão legal de sanção específica para a empresa que não cumprir com sua função social. Todavia, nada impede que o magistrado perante o caso concreto imponha algum tipo de sanção a empresa violadora deste princípio. Não há no nosso ordenamento sanção para o descumprimento desse princípio, tanto pelo seu conteúdo amplo quanto por não se admitir a intromissão do Estado no exercício da atividade empresarial (PEREIRA, 2013).

A função social da empresa difere da chamada responsabilidade social e da filantropia empresarial. O conceito de responsabilidade social empresarial não pertence ao direito, mas é tema recente no cenário da administração das empresas, com dois períodos distintos. No primeiro período, entre o início do século XX até a década de 1950, a responsabilidade social empresarial era caracterizada pela capacidade empresarial de gerar lucros, criar empregos, pagar impostos e cumprir obrigações determinadas em lei, não se levando em conta os aspectos sociais e éticos (TENÓRIO, 2006, p. 14-18).

No segundo período, após a década de 1950, ocorreu uma mudança de paradigma na postura organizacional das empresas, em decorrência do acirramento da concorrência, do surgimento de novas tecnologias, da aceleração do processo de produção e da globalização, do despertar da sociedade para os inúmeros impactos ambientais causados pelas atividades humanas, da busca pela sobrevivência no mercado.

As empresas passaram a adotar um comportamento que levava em conta os aspectos éticos e sociais, além dos aspectos econômicos e financeiros, iniciando um diálogo e o estreitamento de suas relações com seus funcionários, clientes, fornecedores; com base na visão ou teoria dos *stakeholders* - formados pelos sócios, acionistas, funcionários,

fornecedores, consumidores, concorrentes, comunidade, governo e outros agentes que afetem ou são afetados pela empresa (KARKOTLI, 2006, p. 15-17 e 26-27).

A gestão da organização começa a integrar às dimensões econômica e legal, uma dimensão ética em suas atividades produtivas, respeitando “os direitos de todos os *agentes* afetados pela empresa” (MACHADO FILHO, 2006, p. 2-3) e promovendo o seu bem.

Patrícia Almeida Ashley (2002, p. 6) conceitua responsabilidade social como:

O compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente de modo amplo e a alguma comunidade de modo específico, atingindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas com ela.

De acordo com o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2013):

Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

A responsabilidade social “pressupõe um compromisso ético com os diversos agentes sociais participantes da cadeia produtiva” (TENÓRIO, 2006, p. 31). Assim, a responsabilidade social e a ética estão umbilicalmente ligadas, por meio das regras, princípios e valores adotados pela empresa na condução de sua atividade econômica. A conduta ética e transparente da empresa, em sintonia com as expectativas dos *stakeholders*, cria uma relação de confiança que contribui para o sucesso da empresa.

Na realidade, a responsabilidade social é a postura diária da empresa, é um sistema de gestão empresarial, compromissada com o bem-estar da sociedade, e com estreita ligação com as doutrinas da função social da propriedade e da livre iniciativa, nas quais o homem tem plena liberdade para empregar os meios de produção de que dispõe, da forma que melhor lhe aprouver, mas com observância aos ditames legais, sociais e da preservação dos recursos ambientais, para produzir bens e serviços de interesse dos consumidores, objetivando contabilizar lucro para os seus cotistas ou acionistas.

Há o envolvimento da empresa com programas, projetos ou ações sociais em benefício da sociedade, por meio de auxílios contínuos e perenes (TENÓRIO, 2006, p. 29-30). A empresa busca atingir segmentos sobre os quais tenha interesse direto ou indireto. Para tanto, ela formula um projeto social e acompanha passo a passo toda a sua evolução, corrigindo rumos e avaliando resultados, sempre comprometida com a sua efetividade.

A responsabilidade social, além de cumprir plenamente a função social, proporciona benefícios para a sociedade, por mera liberalidade e de forma regular, perene, sem qualquer imposição coercitiva, com o claro objetivo de promover a valorização da dignidade da pessoa humana, comprometendo-se com a eficácia da aplicação dos recursos de ordem financeira e/ou material, bem como com os resultados sociais que se pretende atingir.

Entre os indicadores de responsabilidade social da empresa encontramos o balanço social, que “é um instrumento de informação da empresa para a sociedade, por meio do qual a justificativa para sua existência deve ser explicitada” (TENÓRIO, 2006, p. 37); e as certificações, que tem por objetivo “padronizar um conjunto mínimo de indicadores referentes aos aspectos éticos e de responsabilidade social na condução dos negócios” (TENÓRIO, 2006, p. 42).

A filantropia empresarial é a benevolência, o humanitarismo, que se limita a doações esparsas de ordem financeira ou material pela empresa, normalmente movidas por sentimentos religiosos ou de *marketing* institucional. É uma “ação social de natureza assistencialista, caridosa e predominantemente temporária” (ZANOTI, 2013, p. 116), descompromissada e voluntária, sem que haja o acompanhamento da empresa em relação a solução do problema que a comunidade ou instituição social que recebeu a doação vive. É uma ação social externa da empresa.

Um exemplo de filantropia é a doação de brinquedos a uma creche no dia das crianças, ou campanha para arrecadar alimentos para as famílias desabrigadas pelas enchentes, ou ainda a doação de dinheiro para construção de um posto de saúde. Em todos estes casos, a simples filantropia da empresa não assegura que ela esteja atuando de forma a respeitar e atender as expectativas dos *stakeholders*.

Com base em todo este arcabouço doutrinário que define a função social da empresa e a diferencia da responsabilidade social e da simples filantropia, passamos a análise da repercussão da função sociais nas relações do trabalho, com o consumidor e na área ambiental.

3 REPERCUSSÃO DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

A atividade empresarial não pode estar dissociada dos anseios da sociedade com relação às preocupações atuais com o meio ambiente, uma vez que todos têm direito a um meio ambiente ecologicamente equilibrado que será certamente utilizado pela empresa em seu processo produtivo, mas que não pode ser degradado de forma a impedir que as futuras gerações possam dela usufruir; bem como com relação à proteção legal do consumidor.

Estas relações causam repercussões no processo produtivo da empresa e precisam ser observadas por ela, para que haja um perfeito cumprimento da sua função social.

3.1 NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS

A Constituição Federal de 1988 disciplinou, de acordo com Silva, também os direitos sociais do “homem consumidor” (art. 6º a 11), que envolvem os “direitos à saúde, à segurança social (segurança material), ao desenvolvimento intelectual, o igual acesso das crianças e adultos à instrução, à formação profissional e à cultural” (SILVA, 2012, p.287). Todavia, também insere no rol de direitos fundamentais a defesa do consumidor no art. 5º, inciso XXXII.

É nessa defesa do consumidor, regulamentada no Código de Defesa do Consumidor de 1990, fundamentada na dignidade da pessoa humana, que também repercute a função social da empresa, visto que a empresa se encaixa no conceito de fornecedor, e esta dirige o seu olhar aos interesses do consumidor.

O Código de Defesa do Consumido conceituou no Art. 2º o consumidor como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”, incluindo a empresa como possível consumidora. O consumidor é em regra hipossuficiente em relação ao fornecedor, o qual foi definido no Art. 3º como “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como entes despersonalizados”, com ou sem fins lucrativos, que promovem direta ou indiretamente a circulação de bens e serviços no mercado de consumo, bem assim as operações creditícias e securitárias. (BRASIL, 2013)

O Código de Defesa do Consumido delineou no art. 6º os direitos básicos do consumidor, neles incluídos a proteção a vida, saúde e segurança frente aos riscos provocados por práticas nocivas do fornecedor, a vulnerabilidade e liberdade de escolha do consumidor, a igualdade nas contratações, o dever de informar, o acesso à justiça.

Também ficou determinada a responsabilidade objetiva do fornecedor real (fabricante, construtor e produtor) e do presumido (importador), incluindo subsidiariamente o simples comerciante quando incorrer nas condutas do artigo 13. Sobre este último incide a responsabilidade subjetiva, visto que o comerciante foi negligente em suas ações. Há ainda hipóteses de responsabilização solidária dos fornecedores no artigo 25. (KHOURI, 2005, p. 155- 162)

Assim, a empresa, como fornecedora, responde objetivamente pelo fato e pelo vício do produto e do serviço. Na primeira, pelo defeito na fabricação, no projeto, na montagem, na manipulação, acondicionamento do produto, insuficiência de informação. Na segunda, pelo defeito ou anomalias de qualidade ou quantidade que impeçam o uso ou diminuam o valor do produto ou serviço. A desconsideração da personalidade jurídica pode ser aplicada às empresas, nos casos do artigo 28, como forma de viabilizar o pagamento das indenizações.

Hoje o consumidor não somente analisa o preço e a qualidade do bem e do serviço que adquire, mas também analisa o modo como a empresa lida com o ambiente, como cuida de seus empregados, como valoriza a comunidade. A empresa que tem seu nome associado ao trabalho infantil, que desrespeita as minorias, que polui o meio ambiente, acaba sofrendo um boicote do consumidor.

As empresas éticas, conscientes, se preocupam com as necessidades dos consumidores, dos trabalhadores e da comunidade, enquanto aquelas empresas afastadas dos padrões éticos de condutas, que ainda não estabeleceram um padrão de excelência organizacional, e buscam somente o lucro, acabam por afastar o consumidor e a comunidade, o que afeta suas vendas e, por conseguinte o seu lucro.

Na visão de Zanoti (2013, p. 175), estas empresas não-éticas

continuam a adquirir matérias primas ou produtos semi-acabados de fornecedores que não têm responsabilidade social. Colocam, no mercado, bens que sabem que não são adequados para os fins propostos e não alertam claramente os consumidores sobre os riscos de que a utilização dos mesmos pode lhes causar. São empresas que sonégam informações negativas nas embalagens, ou propositalmente as divulgam de forma que o consumidor tenha dificuldade para lê-las ou entendê-las. Outras, implantam uma

estratégia de obsolescência planejada, amparadas na premissa verdadeira do rápido avanço tecnológico. Todavia, assim o fazem apenas como sofisma para induzir o consumidor a substituir um produto que ainda é útil, com o qual ainda nem ao menos se familiarizou, mas que agora já é obsoleto em virtude do lançamento de um novo produto dotado de algum detalhe diferenciado.

No mesmo compasso, a empresa que em seus contratos não observa o princípio da boa-fé ou não informa adequadamente o consumidor sofrerá sanções, principalmente quando praticam condutas abusivas, pré, pós e contratuais, as quais são ilícita independente de causarem ou não dano direito ao consumidor. (NUNES, 2012, p. 537).

O Código de Defesa do Consumidor reconhece implicitamente a função social da empresa, visto que ao tratar do fornecedor estabelece o poder-dever de promover a proteção ao meio ambiente, bem como de observância do princípio da boa-fé contratual, dos princípios éticos nas estratégias de *marketing* da empresa, além de um maior respeito nas práticas de cobrança dos consumidores inadimplentes.

Nos momentos de conflitos entre o consumidor e o fornecedor o Código de Defesa do Consumidor facilita o acesso à justiça do consumidor, possibilitando a inversão do ônus da prova em favor do consumidor hipossuficiente, e criando um arcabouço de possibilidades para que fornecedor e consumidor alcancem a conciliação de seus interesses.

A empresa fornecedora de bens e serviços vive num mercado competitivo e mais facilmente alcança o sucesso quando adota medidas que fortaleça a sua função social, qual seja, quando se envolve com os interesses da sociedade, quando cuida do meio ambiente, quando valoriza os empregados e respeita o consumidor.

No mercado globalizado, com novos padrões de consumo, com novos produtos e serviços, que exigem um crescimento na produção, a empresa deve desenvolver estratégias que valorizem o social. O comércio eletrônico via internet está em aumentando a cada dia, porém ainda não há uma normatização específica, e a empresa precisa atuar em todos esses campos em harmonia com os interesses do consumidor e da sociedade, que direta ou indiretamente adquirem e usam os produtos e serviços colocados a disposição no mercado.

3.2 NAS RELAÇÕES AMBIENTAIS

A preocupação com o meio ambiente passou a tomar corpo na segunda metade do século XX. Grandes acidentes mundiais, como vazamento de produtos químicos tóxicos (mercúrio, dioxina, isocianato de metila), derramamento de petróleo nos mares, acidentes nucleares como o de Chernobyl; problemas globais como o efeito estufa, a chuva ácida, o buraco na camada de ozônio, a mudança no clima da Terra, aliada aos alertas de cientistas que dentre outros pontos indicavam o desaparecimento de muitos recursos naturais em poucos anos, movimentaram as nações num despertar para a situação crítica da biosfera do planeta (BARROS, 2012, p. 4-14).

Conferências como a de Estocolmo em 1972 e a do Rio de Janeiro em 1992 foram um marco na política internacional de defesa do meio ambiente, declarando princípios como o do ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental da pessoa humana, o do desenvolvimento sustentável, da prevenção e precaução, da informação e participação, da reparação.

Na Constituição Federal de 1988 podemos identificar que o meio ambiente envolve não somente o ambiente natural ou físico (solo, água, ar, fauna e flora), mas também envolve o ambiente artificial (espaços urbanos abertos e fechados), o patrimônio cultural e o meio ambiente do trabalho. A preocupação com a defesa e preservação do meio ambiente é de todos³, incluindo o Poder Público, a coletividade e a empresa. Ademais, a defesa do meio ambiente é um dos princípios que norteiam a ordem econômica⁴.

Com relação ao meio ambiente natural, verifica-se que a empresa necessita racionalizar os meios de produção, os quais utilizam recursos naturais finitos, transformando-os em bens de consumo, por meio da implementação de técnicas ecologicamente corretas, que visem a sustentabilidade ambiental para as atuais e futuras gerações, reduzindo os resíduos e o custo final de seu produto e serviço, a fim de que este seja mais acessível à sociedade.

A empresa também precisa se preocupar com sua localização e atuação dentro das cidades, obedecendo ao zoneamento ambiental, aos padrões de qualidade determinados em relação à emissão de efluentes na água e solo, a emissão de gases na atmosfera, bem como

³ Ver artigo 225 da CF/88.

⁴ Ver artigo 170, inciso VI da CF/88.

as normas de eliminação, reuso e reciclagem dos resíduos sólidos; em prol da qualidade de vida da comunidade e o equilíbrio ambiental.

Como toda preservação do meio ambiente envolve custos adicionais, a empresa preocupada com o meio ambiente pode internalizar os custos ambientais externos de degradação ambiental, como na hipótese de redução da poluição já existente, como na compensação pelos danos que produz no meio ambiente, bem assim com o investimento em tecnologia limpa, não poluidora. Assim, a coletividade não será prejudicada e o poluidor pagará pelo dano ambiental causado. Este é o princípio do poluidor-pagador. (DERANI, 2010, p.142-144)

Com relação ao meio ambiente cultural⁵, verifica-se a atuação da empresa na medida em que ela cria novas tecnologias, faz pesquisa, constrói prédios e máquinas que representam uma época histórica de determinado povo, dentre outras obras que se diferenciam do meio ambiente artificial pelo seu sentido especial.

A função social da empresa está sintonizada com o princípio do desenvolvimento sustentável, que compatibiliza as necessidades presentes e das futuras gerações, sem colocar em risco o meio ambiente natural, artificial, cultural e do trabalho, mas o utilizando de forma equilibrada, valorizando os ecossistemas, obedecendo às normas ambientais, promovendo condições de manutenção da qualidade de vida e do meio ambiente.

Encontramos na gestão ambiental empresarial um conjunto de normas, políticas, práticas que leva em conta o meio ambiente no processo decisório, ordenando os fatores de produção e controlando a produtividade na busca do lucro, mas com maior conscientização das questões ambientais, com uma nova postura que estabelece estratégias que consolidam o ideal constitucional do meio ambiente equilibrado como determinante para uma vida sadia.

Uma empresa sustentável é aquela “que cria valor de longo prazo aos acionistas ou proprietários e contribui para a solução dos problemas ambientais e sociais” (BARBIERI, 2007, p.115), usando racionalmente os recursos naturais, empregando tecnologias limpas, fazendo reuso, reciclagem, restaurando o dano causado, agindo com precaução e prevenção.

⁵ Ver artigo 216 da CF/88

A certificação ISO-14000 oferece diretrizes para essa atuação ambiental na empresa que visa o desenvolvimento sustentável, implementando princípios, sistemas de gestão ambiental, levantamento e registros ambientais, avaliações e auditoria ambientais, melhorias no desempenho ambiental, tudo com a finalidade de estabelecer uma convivência harmoniosa entre os objetivos da empresa e os interesses sociais que exigem boas práticas em relação a conservação do meio ambiente.

A atuação responsável da empresa envolve questões relativas a segurança de processos de produção, bem assim com a saúde e segurança do trabalhador, com a proteção ambiental (reduzindo a poluição e resíduos), com a otimização do transporte e distribuição dos produtos (principalmente os químicos), tudo isso colabora para a diminuição de acidentes, abrindo também canais de comunicação com a comunidade, que facilitam o controle e atuação rápida em emergências (BARBIERI, 2007, p. 130-131).

A gestão ambiental na empresa pode assumir diferentes abordagens: controle da poluição, prevenção da poluição e inclusão das questões ambientais na estratégia empresarial. Esta última abordagem envolve permanentemente a administração da empresa, que passa a adotar posturas proativas e reativas, disseminando em toda a organização ações de preservação do meio ambiente (BARBIERI, 2007, p. 118-119).

Portanto, a empresa cumpre a sua função social ao promover uma gestão voltada para as questões ambientais, não somente agindo no controle da poluição, mas produzindo de forma mais limpa, monitorando os resultados alcançados, treinando pessoas, promovendo melhorias contínuas em prol da continuidade de suas atividades por um longo período de tempo, sempre em consonância com as diretrizes traçadas pela Constituição Federal e a Política Nacional do Meio Ambiente.

4 CONCLUSÃO

A função social da empresa é um poder-dever que modifica o antigo modelo individualista que se preocupava unicamente com o lucro, surgindo um novo paradigma, uma nova mentalidade empresarial atenta aos interesses sociais, com uma nova imagem da empresa associada a uma gestão ética, participativa, ambiental.

A empresa tem uma função social a cumprir, que decorre do princípio constitucional da função social da propriedade, visto que a empresa é propriedade dos bens e serviços produzidos, e deve exercer sua atividade econômica sem perder de vista os anseios e necessidades dos *stakeholders*.

Encontramos explicitamente a expressão função social da empresa nas Leis nº 6.404/76 e nº 11.101/2005, bem como implicitamente no Código de Defesa do Consumidor e no Código Civil de 2002. Na verdade, o ordenamento jurídico se preocupa com a atividade empresarial, com o relacionamento e responsabilidade da empresa perante o meio ambiente, consumidores e a sociedade.

A empresa vive numa realidade econômica de grande concorrência, globalização e inquietação em relação ao meio ambiente, devendo conformar sua gestão de modo a primar pela ética e pela qualidade de seus produtos, não ofendendo os princípios ambientais e nem colocando em risco a vida dos consumidores, comunidades e do meio ambiente, mas sim primando pela valorização da dignidade da pessoa humana.

A sociedade exige que a empresa respeite as normas ambientais e do consumidor, mas também espera que ela vá mais longe, que ela desenvolva um diálogo mais aberto com os *stakeholders*, que desenvolva práticas mais seguras e limpas nos seus processos de produção, que atue preventivamente minimizando riscos e acidentes de consumo dos seus produtos, bem como ambientais.

Desta forma, cumprindo a sua função social, a empresa estará em sintonia com a sociedade, que lutará pela sua continuação nos momentos de crise econômica, trabalhando alternativas para a recuperação da empresa, uma vez que ela participa positivamente da comunidade.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2007.

BARROS, Wellington Pacheco. **Curso de direito ambiental**. São Paulo: Atlas, 2012.

BRASIL. Constituição Federal (1988). **Lex: Vade Mecum Saraiva**. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

____. Código Civil. **Lex: Vade Mecum Saraiva**. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

____. Código de Defesa do Consumidor. **Lex: Vade Mecum Saraiva**. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

____. Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976. **Lex: Vade Mecum Saraiva**. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

____. Lei nº 11.101, de 09 de fevereiro de 2005. **Lex: Vade Mecum Saraiva**. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

CAVALLAZZI FILHO, Túlio. **Função social da empresa e seu fundamento constitucional**. Florianópolis: OAB/SC Editora, 2006.

COMPARATO, Fabio Konder. Estado, empresa e função social. **Revista dos Tribunais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, ano 85, n. 732, out. 1996.

DERANI, Cristiane. **Direito ambiental econômico**. São Paulo: Saraiva, 2010.

FERREIRA, Felipe Alberto Verza. **Função social da empresa**. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/6967/funcao-social-da-empresa>>. Acesso em: 05 mar. 2013.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **O que é RSE?** Disponível em: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>. Acesso em: 01 mar. 2013.

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade social empresarial**. Petrópolis: Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

KHOURI, Paulo Roberto Roque Antonio. **Direito do consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo**. São Paulo: Atlas, 2005.

MACHADO FILHO, Cláudio Pinheiro. **Responsabilidade social e governança: o debate e as implicações: responsabilidade social, instituições, governança e reputação**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

MAMEDE, Gladston. **Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial, volume 1**. São Paulo: Atlas, 2010.

____. **Direito empresarial brasileiro: falência e recuperação de empresas, volume 4**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Sérgio Pinto. **Direito do trabalho**. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Flexibilização das condições de trabalho**. São Paulo: Atlas, 2001.

MELO, Raimundo Simão de Melo. **Direito ambiental do trabalho e a saúde do trabalhador: responsabilidades legais, dano material, dano moral, dano estético, indenização pela perda e uma chance, prescrição**. São Paulo: LTr, 2008.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor: com exercícios**. São Paulo: Saraiva, 2012.

PEREIRA, Rafael Vasconcellos de Araujo. **Função social da empresa**. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/x/19/88/1988/>>. Acesso em: 05 mar. 2013.

PESSOA, Maiana Alves. **A função social da empresa como princípio do direito civil constitucional**. Disponível em: <<http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/files/journals/2/articles/8908/public/8908-8907-1-PB.pdf>>. Acesso em: 05 mar. 2013.

ROSSETTI, José Pascal. **Introdução à economia**. 20 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico/atualizadores: Nagib Salibi Filho e Gláucia Carvalho**. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. São Paulo: Malheiros, 2012.

TENÓRIO, Fernando Guilherme (Org). **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

ZANOTI, Luiz Antonio Ramalho. **A função social da empresa como forma de valorização da dignidade da pessoa humana**. Disponível em: <<http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/e8922b8638926d9e888105b1db9a3c3c.pdf>> Acesso em: 05 mar. 2013.